

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Shopee Food	1
1.1.2 Visi dan Misi Shopee	3
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Pertanyaan Penelitian	12
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.6.1 Manfaat Teoritis	13
1.6.2 Manfaat Praktis	13
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	13
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	15
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	15
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth</i>	16
2.1.4 <i>Brand Attitude</i>	17
2.1.5 <i>Purchase Intention</i>	17
2.1.6 Hubungan eWOM dan <i>Brand Attitude</i>	18

2.1.7	Hubungan eWOM dan <i>Purchase Intention</i>	18
2.1.8	Hubungan <i>Brand Attitude</i> dan <i>Purchase Intention</i>	19
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.2.1	Penelitian Nasional.....	20
2.2.2	Penelitian Internasional.....	25
2.3	Kerangka Pemikiran.....	30
2.4	Hipotesis.....	30
BAB III		32
METODE PENELITIAN		32
3.1	Jenis Penelitian	32
3.2	Operasional Variabel.....	33
3.3	Skala Pengukuran	35
3.4	Tahapan Penelitian	36
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
3.5.1	Populasi.....	37
3.5.2	Sampel.....	37
3.6	Pengumpulan Data.....	38
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.7.1	Uji Validitas	38
3.7.2	Uji Reliabilitas	40
3.8	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	41
3.8.1	Teknik Analisis Deskriptif	41
3.8.2	Structural Equation Modeling (SEM)	43
BAB IV		48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		48

4.1	Karakteristik Responden	48
4.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.1.2	Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.1.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.1.4	Responden Berdasarkan Penghasilan.....	51
4.2	Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Analisis Deskriptif	52
4.2.2	Model Persamaan Struktural.....	57
4.2.3	Uji Normalitas.....	60
4.2.4	Uji Goodness of Fit (GOF)	61
4.2.5	Uji Hipotesis	63
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	67
4.3.1	Hipotesis Pertama.....	67
4.3.2	Hipotesis Kedua	68
4.3.3	Hipotesis Ketiga	68
4.3.4	Hipotesis Keempat	69
4.4	Implikasi Manajerial	69
BAB V.....		71
KESIMPULAN DAN SARAN		71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	71
5.2.1	Saran Praktis	71
5.2.2	Saran Teoritis	72
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN.....		81